

A criatividade é-nos inata ou pode ser aprendida e desenvolvida? Yonathan Dominitz responde

A criatividade é essencial para descobrir as melhores e mais rápidas respostas a inúmeros desafios e problemas que a vida nos coloca, seja a nível profissional ou pessoal.

No âmbito da publicidade e do marketing, é crítica. Tem um impacto imediato nos resultados das organizações e consequentemente, nas vidas que as constituem. E por ser tão crítica, grandes multinacionais especializadas nestas artes contratam os melhores consultores do mundo para treinarem as suas equipas com o objectivo de atingirem o sucesso e de não aceitarem menos do que o sucesso.

Yonathan Dominitz é um desses especialistas. Fundador da Mindscapes, empresa proprietária de ferramentas únicas que já ajudaram muitas equipas criativas a atingir resultados de excelência. Nos últimos cinco anos, mais de 20 Cannes Lions, incluindo três Grand Prix, foram atribuídos a trabalhos de agências treinadas pela Mindscapes, utilizando as suas "creative thinking tools".

Convidado pela Markedu para dar uma **masterclass sobre criatividade digital**, Yonathan fala-nos de criatividade e introduz-nos à abordagem que utiliza, em vésperas de regressar a Lisboa.



Qual é a sua definição de criatividade?

Para mim, a criatividade é a capacidade de criar ideias inesperadas, surpreendentes e originais.

A criatividade é-nos inata ou pode ser aprendida e desenvolvida?

Ambos os casos são válidos. É verdade que as pessoas têm inclinações criativas inatas e diferentes. No entanto, John Cleese disse que "a criatividade não é um talento. É uma forma de funcionar" e eu concordo completamente com ele, porque podemos mesmo aprender, desenvolver e dominar novas formas de olhar, pensar e funcionar, que podem aumentar dramaticamente a nossa produção criativa.

Que metodologia está por trás das ferramentas criativas da Mindscapes?

Nós analisamos os trabalhos mais criativos, sejam eles nos campos da inovação, do marketing ou da publicidade, e detectamos padrões de pensamento comuns nas ideias criativas. Depois transformamos esses padrões em ferramentas de pensamento, de modo a que as pessoas possam usar essas ferramentas deliberada e intencionalmente para criar ideias novas, originais.

Existem outras metodologias para estimular a criatividade? E caso existam, há muitas diferenças entre métodos? O que é que os diferencia dos vossos?

> [Campanhas e Case Studies de Marketing e Publicidade](#)

Próximos eventos

Markedu nas redes sociais



Receba as novidades da Markedu via email

Subscreva a newsletter e

receba convites para eventos exclusivos e notícias sobre marketing e branding.

As suas informações pessoais estão seguras connosco, não disponibilizamos a sua informação a terceiros.

Recent

Novo Regulamento sobre a Proteção de Dados
[Infográfico]
Maio 27th, 2016

Dicas para compreender e desenhar landing pages optimizadas
Maio 19th, 2016

Existem muitos métodos, abordagens e metodologias para estimular a criatividade. Alguns focam-se na pessoa, dando dicas e linhas de orientação sobre como criar, tendo uma determinada forma de estar na vida, vivendo num determinado ambiente, o que é um apoio construtivo para a criatividade.

Outros focam-se no processo, isto é, na sugestão de vários processos que estimulam a criatividade, procurando evitar julgamentos e críticas cedo demais. Por exemplo, o processo do brainstorming, o método do *six thinking hats*, etc.

A nossa abordagem é muito diferente e decorre em três áreas principais.

Em primeiro lugar, foca-se no pensamento e nas qualidades (características) da imaginação. Cada uma das ferramentas dá-nos uma forma de pensar muito específica para estimular ideias novas.

Em segundo lugar, não é abstracta ou teórica. Baseia-se em ideias criativas reais, em casos de estudo reais sobre ideias altamente criativas e inovadoras que são reconhecidas e premiadas pela comunidade internacional de criativos profissionais.

Em terceiro lugar, é muito prática e aplicável. Uma pessoa pode implementar imediatamente as ferramentas em tarefas criativas e desafiantes.



Disseram-me que pratica meditação. Pode a meditação ajudar a criatividade?

Sim. A criatividade não é o objectivo da meditação, pelo menos não o é para mim. No entanto, é um dos subprodutos da prática da meditação.

Quando praticamos meditação, as frequências das ondas cerebrais mudam e podemos entrar em estágios e estados de consciência mais abertos, mais receptivos para a imaginação e a criatividade, enquanto o lado lógico, linear e o pensamento racional estão menos ou nada activos, durante esse período.

Outra vantagem da meditação para a criatividade é que aprendemos a reconhecer rapidamente os


padrões e hábitos de auto-análise e auto-crítica e aprendemos a não nos identificarmos com eles. Então eles perdem poder sobre nós.

Pode-nos falar sucintamente sobre as ferramentas que vai ensinar na próxima masterclass em Lisboa e como é que elas podem ajudar as marcas e as agências?

As ferramentas vão ajudar os criativos a terem ideias e a produzirem campanhas originais, inesperadas, surpreendentes e eficazes, que podem trazer efeitos positivos e significativos nos resultados do marketing e das vendas.

E sabemos que no seu todo é preciso uma boa equipa entre a agência e o cliente, para criar e orquestrar em conjunto qualquer ideia ou campanha significativa. Para nós, a criatividade é a chave para obter melhores resultados de marketing. As ferramentas podem dar essa vantagem competitiva, para criar ideias que vão ludibriar a concorrência e o mercado.

 Facebook: Como usar o novo Audience Optimization Targeting
Maio 13th, 2016

 Tendências criativas globais em digital media
Maio 11th, 2016